

Закключение. Туристический спрос имеет ярко выраженные особенности, присущие только ему, что делает его трудно прогнозируемым. Однако в настоящее время в Беларуси предпринимается ряд мер по выявлению основных тенденций формирования и развития спроса на туристические услуги, способствующих уравниванию его адекватным предложением: разрабатываются государственные целевые программы, развиваются и совершенствуются наиболее популярные виды туризма, создаются новые туристические маршруты, предполагающие предоставление более широкого спектра разнообразных услуг.

Литература

1. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016 – 2020 гг. от 23 марта 2016г. № 232 (в редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь 31.08.2017 № 665). – Минск: Национальный центр правовой информации, 2016. – 9 с.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/Csmae>. – Дата доступа: 26.02.2018.
3. Развитие туризма в Республике Беларусь: основные проблемы и пути их решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.konspekt.biz/index.php?text=2507>. – Дата доступа: 27.02.2018.

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ БРИТАНСКОЙ ПРОПАГАНДЫ В ГОДЫ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Чернов А.О.

студент 3 курса НовГУ имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Российская Федерация

Научный руководитель – Макарова Е.А., канд. ист. наук, доцент

Появление новых технических новинок на рубеже XIX–XX вв. (радио, телеграфа, телевидения) привело к стремительному развитию средств массовой информации. На первый взгляд, вполне мирные изобретения, стали грозным оружием в руках политиков. Пропаганда политических идей, манипуляция сознанием стали очень актуальными темами сегодня и требуют многостороннего научного изучения. Составляющей частью такого изучения должно стать историческое исследование. Остановимся на одном из ранних и наиболее ярком проявлении информационных войн – британской пропаганде в годы Первой мировой войны. Цель исследования – проанализировать главные направления британской пропаганды в годы Первой мировой войны и на основании этого определить её конкретные задачи.

Материал и методы. В данном исследовании использованы воспоминания К. Стюарта [2], работника одного из британских пропагандистских бюро; архивные фото и видеоматериалы, находящиеся в открытом доступе в интернете; научные работы современных историков Селиверстова Д.М. [1, 4], Суржика Д.В. [3]. В ходе исследования были задействованы общенаучные методы исследования, такие как, описание, анализ, синтез, а также специальный историко-системный.

Результаты и их обсуждение. На протяжении всей Первой мировой войны правительство Великобритании формировало различные организации, занимавшиеся производством и распространением пропаганды, начиная с «Бюро военной пропаганды – Веллингтон Хаус», организованного ещё в сентябре 1914 г., и заканчивая такой структурой, как «Дом Крю», организованной в начале 1918 г. под руководством лорда Нортклиффа [1, с. 114–117]. Деятельность всех этих организаций можно условно разделить на внешнюю и внутреннюю пропаганду. Первая распространялась за границей, а вторая среди собственного населения.

Внешнюю пропаганду также можно разделить на два направления: работа с вражескими странами и со всем остальным миром. Задача первого направления заключалась в деморализации противника и переманивании его на свою сторону. Данная задача достигалась распространением агитационных листовок и различной пропагандистской литературы внутри вражеского войска, также отмечалось использование граммофонов для оказания психологического воздействия. Следует отметить, что существовали разные подходы к агитации. Например, в австро-венгерских войсках поощрялись освободительные движения народов, населявших империю (сербов, хорватов, поляков), а в немецких военных подразделениях упор делался на неизбежности проигрыша Германии, её плачевном внутреннем положении и необходимости скорейшего заключения мира со странами Антанты [2, с. 18–35].

Основной задачей второго направления внешней пропаганды являлось привлечение на сторону Великобритании новых сил для борьбы со странами Четверного союза. В качестве основной такой силы выступали США. Следует отметить, что не только британская, но и немецкая пропагандистская машина оказывали информационное давление на США, однако «непонимание Германией Соединенных Штатов и их национальной психологии, идейно-языковая близость американской и европейских демократий, большое количество английских военных заказов американским предприятиям, а также искусство англо-французских агитаторов» [3, с. 92] переломили общественное мнение США на сторону Антанты. Помимо США пропагандистская работа проводилась в странах дружественных Великобритании, а также на территории собственных доминионов.

Если говорить в целом о внешней пропаганде, проводимой Великобританией, то можно отметить наличие значительных успехов, которые были достигнуты в ходе войны. Мы не можем утверждать, что все эти достижения были только результатом работы британских пропагандистских ведомств. Будь то начало революционного движения в Австро-Венгерской империи или присоединение США к Антанте,

оба этих события стали логичным заключением не только влияния британской пропаганды, но и других не менее значимых факторов.

Как уже говорилось выше, помимо внешней пропаганды, Великобритания осуществляла активное внутреннее информационное давление, которое было направлено на собственных граждан. Основной задачей внутренней пропаганды являлось создание негативного образа врага в глазах британского общества. Для решения данной задачи использовалась в первую очередь пресса, которая с самого начала войны стала создавать в умах британцев образ «немца-гунна», «варвара», уничтожающего всё на своём пути [4, с. 102–107]. Помимо периодической печати британская пропагандистская машина отвела особое место визуализации войны. С этой целью печатались всевозможные плакаты, выставяющие немецких солдат кровавыми обезьяноподобными монстрами, тем самым подчеркивая их «дикость» и «варварство». Однако демонизация врага была не единственной задачей британской пропаганды. Компании по вербовке в британскую армию или призывы помочь своей стране материально, купив военные облигации, были также важны, как и выставить Германию оплотом зла и ужаса. Различные плакаты с кричащими названиями «Вперёд!», «Твой король и страна нуждаются в тебе», «Займи своё место» стали яркими образцами визуальной пропаганды в годы Первой мировой войны [5]. Подобные примеры можно найти и в кинематографе того времени, вроде британского фильма «Для Империи», вышедшего в 1916 г., главной идеей которого был сбор средств на военные нужды [6]. Внутренняя британская пропаганда была очень разнообразна и в целом успешно справлялась с поставленными перед ней задачами. С самого начала первой мировой войны можно отметить подъём патриотического настроя в британском обществе, временное затухание рабочего движения. Все эти явления несомненно были связаны с работой всевозможных пропагандистских бюро.

Заключение. В статье выявлены основные направления британской пропаганды: внешнее и внутреннее. Внешнее в свою очередь тоже делилось на две части: работа с вражескими странами и со всеми остальными. В ходе исследования было выявлено, что задачи, которые стояли перед британской пропагандистской машиной напрямую зависели от направления, на котором осуществлялась агитационная деятельность, то есть для каждого из направлений они были свои собственные. На внешнем – это деморализация врага и поиск новых союзников, на внутреннем – демонизация противника, вербовка в солдаты и поиск новых средств для ведения войны. Оба этих направления имели огромное значение.

Литература

1. Селиверстов Д.М. Антигерманская пропаганда в Великобритании накануне и в годы Первой Мировой войны: дис. ... канд. ист. Наук. – Брянск, 2016. – 262 с.
2. Стюарт К. Тайны Дома Крю. Английская пропаганда в Мировую войну 1914-1918 гг. – М-Л.: Госиздат. Отдел военной литературы, 1928. – 124 с.
3. Суржик Д.В. Англо-германская информационная война в США в годы Первой мировой войны // Пространство и Время. – 2013. – №1 (11). – С. 88-93.
4. Селиверстов Д.М. Влияние прессы на формирование образа врага в августе - декабре 1914 года. Начало «Немецких зверств» в Бельгии // Вестник БГУ. – 2016. – № 1(27). – С.103-107.
5. First World War Recruitment Posters [Электронный ресурс] // Imperial War Museums [сайт]. – URL: <https://www.iwm.org.uk/learning/resources/first-world-war-recruitment-posters> (дата обращения: 25.02.2018).
6. Film and propaganda [Электронный ресурс] // European Film and the First World War [сайт]. – URL: <http://exhibition.europeanfilmgateway.eu/efg1914/theme?id=Film-and-propaganda#For-the-Empire-1916>. – Дата доступа: 25.02.2018.

ПРИЧИНЫ ФРАНЦУЗСКИХ ПРИТЯЗАНИЙ НА ВЛАДЕНИЯ ИСПАНСКИХ ГАБСБУРГОВ В ЕВРОПЕ В САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ПРАВЛЕНИЕ ЛЮДОВИКА XIV

Ялугина Е.Е.

студентка 3 курса НовГУ имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Российская Федерация
Научный руководитель – Макарова Е.А., канд. ист. наук, доцент

На сегодняшний день существует большое количество исследований, посвящённых военной истории эпохи Короля-Солнце, и все они рассматривают результат войн по-разному. Ясно лишь одно: Людовик, продолжив политику министров Ришелье и Мазарини, старался укрепить своё государство и возвысить его на международной арене. Все те притязания, которые он выдвигал на те или иные территории, были небезосновательны. Как покажет история Нового и Новейшего времени, к примеру, обладание современной Бельгией, могло бы в несколько раз увеличить шансы на победу Франции над её главным противником XVIII-XX вв. – Германией. Этим можно и обусловить актуальность выбранной темы: почему так важно было присоединить земли, ранее принадлежавшие Испании, и к чему привело государство их отсутствие в дальнейшем? Цель работы – изучить, какие политические, экономические и идеологические причины существовали у Французского королевства для выдвижения своих притязаний на наследственные владения испанских Габсбургов.

Материал и методы. При проведении исследования ценным материалом послужили труды советских историков (Ю.В. Борисов и его монография, посвящённая дипломатии эпохи Людовика XIV [1], также работы «Новая история (первый период)» под общ. ред. Е.Е. Юровской [3] и «История средних веков» под ред. З.В. Удальцовой, С.П. Карпова [4], в которых внешняя политика Франции рассматрива-